

**PEMAKNAAN KARIKATUR EDITORIAL CLEKIT LPI VS PSSI**

**DI HARIAN JAWA POS**

**(Studi semiotika tentang pemakaian karikatur editorial Clekit LPI vs PSSI edisi 8 Januari  
2011 di Harian Jawa Pos)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**SURAIDA HETE AISYABELLA**

**0743010113**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN DAN PERUMAHAN**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**SURABAYA**

**2011**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan bimbingan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat menuju skripsi. Penulis meneliti tentang Pemaknaan Karikatur Editorial Clekit di Haarian Jawa Pos. Dengan analisis *semiotik* maka penulis mencoba untuk meneliti bagaimana makna yang terkandung di dalam karikatur editorial Clekit di harian Jawa Pos.

Penulis juga menyadari, tanpa bantuan dari berbagai pihak yang selama ini membimbing, mengayomi dan memberikan bantuan dari ide dan referensi buku, maka skripsi ini juga tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan laporan ini.
2. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi, Dekan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Pak Juwito, Sos, M.si. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang juga menjadi dosen pembimbing laporan skripsi ini.

4. Ayah dan ibu tercinta yang telah membimbing dan mendidik buah hatinya dengan penuh kesabaran dan kasih sayang.
5. Saudara-saudaraku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu yang setiap hari memantau perkembangan laporan ini.
6. “Bhie-ku” yang selalu support dan menemani untuk mengerjakan proposal ini. Terimakasih juga sudah ngomel-ngomel tiap hari.
7. Teman-teman yang selalu menemani dikala bahagia dan sedih, terutama icha, suqma, lheeya dan teman-teman yang lain yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu

Penulis menyadari adanya kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penggarapan skripsi ini. Maka dari itu penulis membutuhkan saran, kritik dan semoga bisa berguna bagi para pembaca. Semoga kita semua termasuk orang yang senantiasa bermanfaat bagi sesama, agama, bangsa dan negara serta berbahagia di dunia dan di akhirat. Amin.

Surabaya, Juni 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN "VETERAN"

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Perumusan Masalah.....	11
1.3	Tujuan Penelitian.....	11
1.4	Kegunaan Penelitian.....	11

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1	Landasan Teori.....	12
2.1.1	Surat Kabar.....	12

2.1.2 Karikatur.....	16
2.1.3 Karikatur dalam Media Massa.....	17
2.1.4 Karikatur sebagai Kritik Sosial.....	20
2.1.5 Karikatur sebagai Proses Komunikasi.....	22
2.1.6 PSSI dan LPI.....	24
PSSI.....	24
LPI.....	25
2.1.7 Konsep Makna.....	26
2.1.8 Komunikasi Non Verbal.....	28
2.1.9 Pendekatan Semiotik.....	30
2.1.10 Semiotika Charles Sanders Pierce.....	34
2.2 Kerangka Berpikir.....	37

### BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	36
3.2 Corpus .....	41
3.3 Unit Analisis.....	41
3.3.1 Ikon.....	42

3.3.2 Indeks.....	42
3.3.3 Simbol.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Metode Analisis Data.....	44

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR LAMPIRAN

### DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, M Linggar, 2002, Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia, Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

Ardianto Elvinaro dan Soemirat Soleh, 2004, Dasar-Dasar Public Relations, Bandung : Penerbit Remaja Rosdakarya

Jefkins, Franks, 2004, Public Relations, Edisi kelima disempurnakan oleh Daniel Yadin, Jakarta : Penerbit Erlangga

Mulyana, Deddy, 2000, Ilmu Komunikasi suatu Pengantar, Bandung : Penerbit Remaja Rosdakarya

M.A, J. Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Jakarta:

Penerbit Rineka Cipta

SE, Sunarto, 2006, Costumer Service, Jogjakarta : Penerbit Amus





## **DAFTAR LAMPIRAN**



Foto selama kegiatan



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI

BAB I. PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Perumusan Masalah.....	10
1.3	Tujuan Penelitian.....	10
1.4	Kegunaan Penelitian.....	10

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1	Landasan Teori.....	11
2.1.1	Surat Kabar.....	11
2.1.2	Karikatur.....	15
2.1.3	Karikatur dalam Media Massa.....	16
2.1.4	Karikatur sebagai Kritik Sosial.....	19
2.1.5	PSSI dan LPI.....	21

PSSI.....	21
LPI.....	23
2.1.6 Anjing.....	24
2.1.7 Bola.....	25
2.1.8 Konsep Makna.....	26
2.1.9 Komunikasi Non Verbal.....	29
2.1.10 Pendekatan Semiotik.....	31
2.1.11 Semiotika Charles Sanders Pierce.....	35
2.2 Kerangka Berpikir.....	39
 <b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Definisi Konseptual.....	43
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian.....	44
3.4 Korpus.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	45

## BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	49
4.2	Penyajian Data.....	54
4.3	Analisis Data.....	55
4.3.1	Karikatur Editorial Clekit Edisi 8 Januari 2011.....	55
4.3.2	Ikon, Indeks, Simbol.....	58
4.4	Pemaknaan Keseluruhan gambar karikatur.....	71

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	75

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR LAMPIRAN

## ABSTRAKSI

**Suraida Hete Aisyabella. PEMAKNAAN KARIKATUR EDITORIAL CLEKIT LPI VS PSSI DI HARIAN JAWA POS** (Studi semiotika tentang pemaknaan karikatur editorial Clekit LPI vs PSSI edisi 8 Januari 2011 di Harian Jawa Pos)

Permasalahan dari judul adalah LPI vs PSSI yang bersiteru dalam karikatur editorial clekit di harian Jawa Pos. Terlihat Dalam gambar karikatur editorial clekit di harian Jawa Pos edisi 8 januari 2011 yang menampilkan dua sosok gambar yang salah satunya digambarkan sebagai hewan anjing yang mewakili PSSI dan satu lagi sosok pria yang mewakili LPI dengan membawa selembor kertas yang bertuliskan ijin. Dari penggambaran yang demikian, memunculkan banyak pertanyaan yang salah satunya mengapa PSSI digambarkan sebagai anjing? Padahal PSSI sebagai induk organisasi sepak bola dan manajemen dari PT Liga Indonesia seharusnya digambarkan selayaknya organisasi yang memiliki kredibilitas yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemaknaan karikatur editorial Clekit di Harian Jawa Pos edisi 8 Januari 2011 berdasarkan teori segitiga makna.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yang menggunakan analisis semiotik dari Charles Sanders Pierce. Korpus pada penelitian kualitatif ini adalah gambar karikatur Clekit LPI vs PSSI pada harian Jawa Pos edisi 8 Januari 2011.

Hasil penelitian dari Jawa Pos, yaitu Gambar karikatur ini memperlihatkan kondisi renggangnya hubungan antara pria dan anjing. Pertama pria yang memakai kaos, celana serta sepatu lengkap sambil mengempit bola semakin menegaskan bahwa dirinya yang merupakan perwakilan dari LPI memang benar-benar menyerupai sosok dari pemain sepak bola, sedangkan anjing yang digambarkan sebagai PSSI terlihat tidak senang dengan adanya LPI hal tersebut terlihat dari ekspresi mata dan mulut anjing. Sebagai organisasi yang menaungi sepak bola di Indonesia seharusnya PSSI digambarkan layaknya organisasi yang berkualitas dan mempunyai kredibilitas yang baik bukan digambarkan sebagai anjing.

Kata Kunci : Karikatur Editorial Clekit, Jawa Pos, Pierce

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah dasar dari kehidupan manusia yang dibutuhkan dalam rangka bersosialisasi dengan sesamanya. Sebagai kebutuhan esensial dan seiring dengan berkembangnya pengetahuan manusia, maka proses komunikasi yang dilakukan manusia membutuhkan media komunikasi yang mampu mendukung tercapainya proses tersebut. Media atau saluran komunikasi merupakan sesuatu yang digunakan sebagai alat penyampaian atau pengiriman pesan, misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi. Internet, dan telepon. Dengan demikian masyarakat Indonesia semakin cerdas dalam menata kehidupan mereka. Mereka semakin mampu menyaring informasi-informasi yang diterima meskipun informasi tersebut deras menerpanya. Bebasnya informasi yang diterima khalayak tersebut tidak lepas dari peran media pers.

Jurnalistik pers pun sebagai institusi media memiliki fungsi, fungsi tersebut guna melayani kebutuhan khalayak terhadap informasi. Fungsi pers itu adalah yang pertama yaitu pendidikan, salah satu contohnya pers memberikan sumbangsih dalam mengentaskan buta huruf. Fungsi pers yang kedua yaitu informatif, contohnya pers menyebarkan segala informasi seperti

politik, hankam, budaya dan sebagainya hingga kedaerah pelosok desa. Fungsi yang ketiga pers sebagai kontrol sosial terhadap segala permasalahan yang timbul, misalkan pers sebagai pengawas dari kinerja pemerintahan. Fungsi pers selanjutnya adalah mempengaruhi, pers memberikan pengaruh terhadap pola pikir khalayaknya. Pengaruh tersebut masuk ketika khalayak membaca produk pers. Fungsi terakhir pers dalam pengabdianya kepada khalayak adalah hiburan, fungsi ini tampak ringan dan santai sebagai contoh adanya rubrik *lifestyle* (Efendy.2000;94).

Fungsi media sebagai kontrol sosial dan persuasif secara sadar atau tidak dapat mengarahkan khalayak untuk mengikuti pola pikir yang disajikan media. Kebutuhan khalayak akan berita yang paling penting adalah nilai “kebaruan”, nilai ini pada media cetak terletak pada surat kabar. Melihat ketertarikan khalayak akan informasi terbaru maka media menyajikan informasi berupa visualisasi karikatur. Informasi yang ringan dan humoris namun tetap kritis dan faktual membuat khalayak terhibur dan tertarik dengan informasi tersebut (Efendy.2000;92).

Berdasarkan isinya, surat kabar lebih variatif dengan isi yang beragam. Terdapat rubric olahraga, berita lokal, nasional, maupun internasional, terdapat juga rubrik opini, *lifestyle* dan sebagainya. Namun demikian surat kabar menjadi media cetak terkini bila dibandingkan media cetak lainnya karena nilai kebaruannya. Adanya isi surat kabar yang variatif, dari berita-

berita internasional hingga lokal. Namun secara sederhana isi surat kabar dapat dibagi tiga yaitu, berita (*news*), opini (*value*), iklan (*advertising*). Berita dalam surat kabar tidak terfokus pada salah satu fenomena masyarakat (seperti pada tabloid yang hanya membahas fenomena tentang olahraga) namun semua fenomena atau peristiwa dalam realitas dilaporkan (Efendy.2000;92).

Dalam pelaporan berita yang dibuat para pekerja media (wartawan dan karikaturis), terdapat perbedaan antara media satu dengan media yang lainnya. Karikaturis dikategorikan sebagai wartawan bukan karena karya mereka dimuat di surat kabar. Mereka dikategorikan sebagai wartawan karena karya mereka faktual sesuai dengan permasalahan yang muncul dalam realitas. Para wartawan dan karikaturis membentuk berita berdasarkan interpretasi mereka terhadap realitas yang menjadi bahan pemberitaan. Pemaknaan diantara para pekerja media itu akan berbeda karena nilai-nilai, sudut pandang, pengalaman dan rujukan yang dimiliki para pekerja tersebut (jurnalis) berbeda dengan wartawan atau jurnalis dari media yang berbeda. Perbedaan tersebut juga dipengaruhi ideologi, kebijakan serta segmentasi masing-masing media. Dengan demikian hasil reportase mereka berbeda meskipun obyek beritanya sama (Eriyanto.2005;25-26).

Isi surat kabar selanjutnya adalah iklan dan opini. Iklan merupakan sumber keuangan tidak tetap media, selain itu media sebagai penyebar informasi atas iklan yang bersangkutan. Mengenai opini, surat kabar



menyediakan kolom khusus. Kolom opini menjadi tempat, baik tim redaksi maupun khalayak umum untuk berkomentar terhadap suatu fenomena tertentu. Pemikiran atau komentar tersebut disampaikan secara logis, dan faktual serta subjektif berdasarkan sudut pandang penulisnya. Sebenarnya, aturan tersebut dibuat agar opini yang disampaikan penulisnya tertata dan ada dasarnya. Bentuk opini beragam, namun sebagai contoh di surat kabar Jawa Pos opini terdiri dari pojok, karikatur, artikel, dan surat pembaca (Efendy.2000;97).

Opini media yang berupa gambar lucu dan menggelitik adalah karikatur. Pesan opini dalam bentuk visual yang tersusun seolah-olah tidak serius membuat karikatur yang banyak berkembang di media massa nasional, misalnya Jawa Pos. karikatur opini Jawa Pos disebut Editorial Clekit, yang arti harfiahnya rasa sakit karena cubitan atau gigitan serangga. Fungsi clekit sebagai opini berbentuk visual adalah mengingatkan khalayak masyarakat dan pemerintah bahwa disekitar mereka terdapat suatu fenomena yang layak dibahas bersama. Clekit muncul secara periodik di Jawa Pos mulai bulan Oktober 1994, satu kali seminggu yaitu hari sabtu. Namun pada perkembangannya clekit hadir secara periodik tiga kali dalam satu minggu di hari selasa, Kamis, dan sabtu. Kemunculan tiga kali dalam satu minggu itu sejak bulan Januari 1997 (Arthaka.2006;42).

Opini media yang bentuknya visual dan kocak (karikatur) membuat khalayak tersenyum, mereka tidak tampak serius menanggapi permasalahan yang ada. Sikap khalayak yang demikian bukan berarti khalayak itu tidak peduli atau asal-asalan menanggapi permasalahan, namun karena kehebatan sang pengirim pesan membuat opini dengan gaya karikatur yang selalu membuat banyak individu tersenyum santai. Dengan demikian karikatur memiliki sejumlah syarat agar menjadi karikatur yang baik, yang dapat membuat para individu-individu ini tersenyum bahkan tertawa. Syarat tersebut diantaranya karikatur harus mengandung unsur deformasi. Deformasi itu sendiri adalah penggambaran berlebihan terhadap salah satu fokus dalam objek. Deformasi dikatakan berlebihan dalam arti ukuran, bias besar dan menonjol namun bisa pula diperkecil sehingga tampak berbeda dari gambar lainnya di dalam objek. Objeknya biasanya tokoh terkenal seperti presiden, ketua parpol, ketua DPR, dan lain sebagainya. Biasanya bagian yang di deformasi adalah wajah, perut, hidung, mulut, gigi, mata dan sebagainya atau bahkan keseluruhan sosok dari gambar di dalam objek. Menurut Sudarta karikatur merupakan deformasi berlebih atas wajah seseorang atau tokoh, biasanya orang terkenal dengan mempercantik bertujuan mengejek (Sudarta.1987;49 dalam Sobur.2006;138).

Karikatur editorial atau yang disebut juga kartun opini haruslah dilihat dari cara bagaimana karikatur tersebut dibuat, unsur-unsur apa saja yang perlu

dan penting. Semua hal tersebut sangat penting agar karikatur editorial benar-benar baik, lucu, cerdas, kritis, dan tentunya proposional. Sebagai karikatur editorial yang menyampaikan opini redaksi, karikatur harus mengandung teknis karikatur. Pertama, karikatur harus informatif dan komunikatif. Karikatur pada kriteria ini berlaku sebagai penyampai pesan atau informasi berkaitan dengan fenomena tertentu. Informasi tersebut disampaikan dengan gaya bahasa non verbal yang lucu dan sedikit satu atau dua bahkan lebih kata verbal disisipkan sebagai penguat sehingga pesan gambar tersebut komunikatif. Tujuannya agar dalam penyampaian pesan gambar tersebut tidak terjadi salah pengertian, walaupun penafsiran terhadap karikatur berbeda-beda dan bila tidak ditafsirkan secara benar maka akan terjadi bias (Sobur.2006;139).

Teknis kedua dalam membuat karikatur yang baik secara proposional yaitu karikatur harus mengangkat permasalahan yang fenomenal dan sedang ramai di bicarakan publik. Artinya fenomena yang diangkat harus baru. Teknis ini penting sekali karena jika teknis tidak ada maka karikatur sama saja dengan komik. Seperti diketahui, komik adalah kartun humor tentang sesuatu yang tidak mengangkat tema kritis ataupun fenomenal serta tidak aktual, komik hanya mengangkat tema tentang hal-hal lucu saja. Dengan demikian komik tampak tersegmentasi pada kalangan anak-anak dan remaja karena isinya yang ringan dan tidak kritis. Berbeda dengan karikatur, muatan isinya

lebih pada ranah publik yang fenomenal dan sedang ramai diperbincangkan karena pengaruhnya yang begitu besar bagi semua individu, misalnya karikatur tentang korupsi, politik, sara, terorisme, bencana alam, dan sebagainya (Sobur.2006;139).

Teknis ketiga supaya karikatur kritis, cerdas dan lucu adalah memuat kandungan humor. Kelucuan menjadi penetrasi sekaligus identitas karikatur. Sifat atau teknis yang humoris menjadi sarana *refreshing* atau bersantai bagi khalayak meskipun secara sadar atau tidak mereka tetap kritis terhadap segala permasalahan yang diangkat. Sedangkan teknis keempat yaitu karikatur memiliki gambar yang baik. Maksud dari gambar yang baik yaitu gambar harus dibuat semirip mungkin dengan tokoh yang disindir dan permasalahan yang diangkat. Karikatur harus benar-benar mirip dengan objek asli meskipun dalam karikatur terdapat deformasi terhadap tokoh-tokohnya (Sobur.2006;139).

Karikatur editorial sebagai opini surat kabar berbentuk humor visual juga memiliki kata-kata tersebut *onomatopetika*, yaitu penggambaran suara objek. *Onomatopetika*, itu biasanya suara orang bersiul, harimau mengaum, teriakan orang marah dan lain sebagainya (Sobur.2006;138).

Karikatur editorial yang sarat dengan muatan kritis tersebut tersimpan di dalam suatu tanda-tanda yang kompleks. Apabila dilihat lagi, tanda itu

merupakan basis dari setiap bentuk komunikasi. Adanya tanda membuat setiap individu dapat saling berinteraksi, saling memahami sehingga terhindar dari kesalahpahaman. Namun pada bentuk komunikasi tingkat tinggi seperti bahasa karikatur yang menggunakan sarana tanda dan lambang membutuhkan pemaknaan yang tepat. Pertautan antara tanda-tanda tersebut tidak dengan mudah ditafsirkan hanya dengan melihat objek saja, namun harus melalui analisis yang tepat. Kajian ilmu yang tepat dalam menganalisis tanda khususnya karikatur adalah analisis semiotik. Hal ini menurut salah satu tokoh semiotika yang membahas tentang produksi tanda, Charles Sanders Pierce bahwa subjek (intrepretan) sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari proses pemaknaan. Teori segitiga makna yang mengetengahkan tanda, objek, dan intrepretan memperlihatkan peran besar subjek dalam proses tersebut. Intrepretan (subjek) memiliki fungsi sebagai penafsir terhadap tanda yang ada di dalam objek. Dengan demikian proses produksi antara tanda, objek, dan intrepretannya sebagai penafsir menghasilkan suatu pemaknaan (Sobur.2004;xii-xiii).

Tokoh asal Amerika ini mengatakan, penafsiran terhadap tanda tidak akan berhenti dan terus berlanjut selama diantara tanda-tanda tersebut terdapat penafsir. Pierce menggunakan tanda (*sign*) yang merupakan representasi dari sesuatu diluar tanda yaitu objek dan dipahami oleh peserta komunikasi

(intrepretan). Ketiga unsur tersebut harus selalu ada, dengan demikian segala pertandaan apapun dapat ditafsirkan (Sobur.2004;16)

Peneliti memilih gambar karikatur editorial clekit edisi 8 Januari 2011 dikarenakan gambar karikatur tersebut sedang hangat beredar di masyarakat, yaitu tentang LPI dan PSSI yang saat ini sedang bersiteru karena LPI memilih berdiri sendiri tanpa dinaungi oleh PSSI sedangkan PSSI merupakan lembaga resmi yang ditunjuk oleh Pemerintah untuk menaungi persepakbolaan Indonesia. Terbentuknya Liga Primer Indonesia (LPI) yang merupakan gagasan dari Gerakan Reformasi Sepakbola Nasional Indonesia (GRSNI) bertujuan untuk mengangkat terpuruknya kondisi sepakbola nasional saat ini. Karena Liga Primer Indonesia (LPI) adalah kompetisi sepak bola antar klub professional di Indonesia yang diselenggarakan sejak 2011.

Penelitian ini berusaha mengungkap makna yang terkandung pada karikatur editorial clekit pada harian Jawa Pos edisi 8 januari 2011 yang menampilkan dua sosok gambar yang salah satunya digambarkan sebagai hewan anjing yang mewakili PSSI dan satu lagi sosok pria yang mewakili LPI dengan membawa selemba kertas yang bertuliskan ijin. Dari penggambaran yang demikian, memunculkan banyak pertanyaan yang salah satunya mengapa PSSI digambarkan sebagai anjing? Padahal PSSI sebagai induk

organisasi sepak bola dan manajemen dari PT Liga Indonesia seharusnya digambarkan selayaknya organisasi yang memiliki kredibilitas yang baik.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan suatu bentuk permasalahan, yaitu bagaimanakah pemaknaan gambar karikatur editorial clekit edisi 8 Januari 2011

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemaknaan karikatur editorial Clekit di Harian Jawa Pos edisi 8 Januari 2011 berdasarkan teori segitiga makna.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Menambah dan memperluas wawasan serta pengetahuan peneliti tentang makna yang terkandung dalam karikatur editorial clekit di harian Jawa Pos edisi 8 Januari 2011.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa komunikasi yang membutuhkan referensi tentang semiotika. Khususnya tentang karikatur berdasarkan pemahaman teori segitiga makna.